



Sinergia Animal International
Gersthofer Strasse 18/2
A-1180 Vienna, Austria

À

Sr. WILSON SOTO PALACIOS

Presidente

Comisión del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos.

Ref.: OFICIO PO Nº 264-2023-2024-CODECO/CR

Opinión legal

Con base en los artículos 96 de la Constitución Política del Perú y 34 y 69 del Reglamento del Congreso de la República, fui contactado para presentar una opinión técnica sobre el Proyecto de Ley 06448/2023-CR.

Esta opinión se basará en dos aspectos técnico legal:(1) relacionado con los derechos del consumidor y (2) relacionado con el maltrato animal.

Inicialmente me gustaría felicitarlo por buscar más información sobre el tema y poder tomar una decisión informada. Con este proyecto, Perú se suma a otros países latinoamericanos preocupados por el etiquetado de huevos, el bienestar animal y los derechos de los consumidores.

Según indican en la exposición de motivos, Argentina, Chile y Colombia tienen proyectos de ley al respecto. Aprovecho para reforzar que en Brasil también existe un proyecto de ley sobre etiquetado de huevos, el Proyecto de Ley Nº 223/2023.

Este tipo de iniciativas es muy importante, ya que además de mejorar las condiciones de los animales criados para el consumo y tratar de reducir algunos riesgos en su cría, informa al consumidor sobre lo que está adquiriendo y le permite comprar un producto alineado con sus necesidades y expectativas, sin engaños.



El proyecto de etiquetado de huevos, al igual que ocurre con los presentados en otros países de la Latinoamérica, tiene como fundamento la realidad fáctica observable: la existencia de millones de gallinas enjauladas en un sistema cruel y arcaico como es la jaula en batería, el desconocimiento del consumidor en cuanto a los distintos sistemas existentes, la falta de normativa o la normativa insuficiente con relación al etiquetado de huevos, que permitiría una información clara y veraz, y como consecuencia de ello, la publicidad engañosa en la que incurren los productores.

Este tipo de proyectos entonces, vienen a cubrir un vacío legal existente y a dar respuesta a una necesidad del consumidor que a su vez constituye un derecho constitucional elemental: la información clara y veraz. Sin ella, el consumidor no puede decidir libremente y conforme su ética, viéndose engañado en su buena fe.

Sin lugar a dudas, a nivel mundial se ha tomado conciencia de estas situaciones vejatorias en la que son criadas las gallinas ponedoras y se ha adoptado el compromiso de llevar adelante normativas progresivas a fin de mejorar los sistemas productivos avícolas respetando la dignidad animal y, asimismo, el compromiso de informar de manera honesta al consumidor de huevos la realidad detrás de lo que consume, para que sea él o ella quien decide qué producto de qué origen comprar.

1) Aspecto Técnico Legal - Derecho del consumidor

Hablar de derechos del consumidor en la era actual en la que vivimos implica no sólo conocer la normativa en torno a las relaciones contractuales entabladas con los proveedores y proteger a los más vulnerables, sino también, asumir un compromiso con el medio ambiente, flora y fauna en el cual habitamos.

La educación al consumidor es un pilar básico establecido en la mayoría de las Constituciones Nacional latinoamericanas. Implica instruir consumidores cuyo aporte al sistema sea coherente con el medio ambiente sano y equilibrado que procuramos garantizar a las futuras generaciones. Existe un derecho-deber constitucional de educación para el consumo sostenible, es decir un consumo consciente y crítico, un consumo comprometido.

La Constitución Política del Perú, no es la excepción, pues consagra la defensa de los consumidores afirmando que el Estado “garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población”.



También existe en el Perú el Código de Protección y Defensa del Consumidor, aprobado mediante la Ley No. 29571, publicada en 2010, cuya finalidad es que los consumidores “accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría

informativa, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses”.

Es de resaltarse también que el Código de Protección y Defensa del Consumidor dispone como política pública que el Estado promueva que el sector privado facilite “mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas”.

Por lo tanto, es claro que el consumidor en el Perú tiene el derecho de ser debidamente informado respecto a los productos que colocan en el mercado.

El proyecto también promueve la libre competencia entre productores. No sólo los consumidores pueden verse inducidos a error por falta de información confiable que les permita diferenciar entre los huevos producidos en sistemas que garantizan el bienestar de los animales y los que no lo hicieron, sino que además, los mismos productores y comercializadores se ven perjudicados por falta de distinción de su producto.

Como ejemplo, ha ocurrido en Argentina que los productores libres de jaulas abogaron por la aprobación del proyecto en el país. Pues, el etiquetado regulado y controlado por las autoridades competentes le permitirán a este productor diferenciarse de otros y evitar errores y confusiones provocadas por aquellos que recurren a falsas afirmaciones.

Se observó que varios productores de jaulas afirman no serlo, confundiendo consumidores y empresas que desean adquirir este tipo de productos y generando una competencia desleal entre productores.

Al no existir normativa respecto al etiquetado vinculado al sistema productivo, se torna imposible para el consumidor discernir si lo afirmado por el productor es real o no, afectando su derecho a la información clara y veraz y la libertad de elección en consecuencia.



Conforme encuestas llevadas a cabo por la Asociación Arba, se ha demostrado que la mayoría de los consumidores desconoce el origen productivo de los huevos que consumen y que, una vez informados, los consumidores en mayor medida optan sin lugar a dudas, por productos que respeta el bienestar animal.

El etiquetado de huevos no sólo busca informar, sino además respetar la buena fé del consumidor.

Por otro lado, el proyecto presentado tiene en miras el bienestar animal como valor agregado. Es innegable que el bienestar animal certificado constituye una valoración cada vez más relevante de los consumidores a la hora de elegir sus productos alimenticios, y un estándar ético general que está tomando presencia en las agendas legislativas de muchos países del mundo, máxime después de la pandemia por Covid-19 que ha tornado a muchos consumidores más comprometidos con el medio ambiente, la flora y la fauna. No se puede negar la ética como factor de elección a la hora de consumir.

La existencia de leyes de etiquetado frontal permiten al consumidor entonces, informarse plenamente, dar transparencia al mercado y fomentar la libertad de elección.

Asimismo, este derecho previene el *greenwashing* - término recientemente popularizado - que se caracteriza cuando las empresas divulgan un compromiso con el medio ambiente que no se verifica en la práctica, así como el *humanewashing*, fenómeno similar que ocurre cuando las empresas divulgan un compromiso con el bienestar animal que no se verifica en la práctica. Hay, por tanto, apropiación del discurso medioambiental y de protección animal, sin que la empresa proteja eficazmente el medio ambiente y el bienestar animal.

Es importante que exista legislación específica para que los proveedores informen a los consumidores de forma correcta, clara y precisa sobre la sostenibilidad y la protección del medio ambiente en relación con sus productos o servicios.

Por otro lado, el proyecto busca evitar la publicidad engañosa, también contemplada en la legislación peruana. Según el Código de Protección y Defensa del Consumidor, la publicidad engañosa o falsa es aquella que de cualquier manera (por presentación u omisión de información relevante) induzca o pueda inducir a error a los consumidores respecto a las características de los bienes y/o servicios.



En conclusión, este proyecto de ley tiene como objetivos: (i) Garantizar la transparencia y la información adecuada al consumidor sobre el origen y las condiciones de producción de los huevos que adquiere, a través del etiquetado correspondiente, y (ii) Proteger a los consumidores de la publicidad engañosa.

2) Aspecto Técnico Legal - Maltrato Animal

Se considera maltrato cualquier acto de crueldad, abandono o abuso que cause sufrimiento físico o psicológico a los animales. Estos actos pueden incluir, entre otros, violencia física, abandono, explotación y confinamiento cruel, que es mantener al animal en espacios demasiado pequeños, insalubres, hacinados o sin ventilación adecuada, que le causan sufrimiento o comprometen su bienestar.

El maltrato animal suele abordarse mediante leyes de protección animal, que varían según el país y la jurisdicción. Estas leyes establecen estándares mínimos para el tratamiento y cuidado adecuados de los animales, incluidas las gallinas ponedoras, como requisitos de alimentación, agua, alojamiento y prevención de la crueldad.

Además de las leyes de bienestar animal, existen normas y reglamentos específicos de la industria avícola que pueden abordar el tratamiento de las gallinas ponedoras. Esto incluye directrices de gestión, prácticas ganaderas y normas de vivienda establecidas por organizaciones industriales o gubernamentales. Los productores, criadores y empresas involucradas en la cría de estos animales tienen responsabilidades, incluso ante los consumidores, al ser transparentes en la forma en que se crían estos animales.

La protección de los derechos y el bienestar de los animales es una preocupación cada vez más relevante y fundamental para garantizar un trato ético y humano a las gallinas ponedoras y otros animales de granja. Y una de las funciones de las organizaciones protectoras de animales es buscar cambios en la legislación y la industria para mejorar las condiciones de los animales.

El poder legislativo es responsable de crear y modificar leyes en respuesta a las necesidades y demandas de la sociedad, teniendo el papel fundamental de establecer leyes y regulaciones que protejan los derechos y el bienestar de los animales, así como de los consumidores. Es esencial que los formuladores de políticas satisfagan las necesidades y expectativas de la sociedad con respecto a los animales y se comprometan a promover políticas que reflejen los valores de compasión, justicia y respeto por los derechos de los animales.



En Perú, la Ley No. 30407, denominada Ley de Protección y Bienestar Animal, en su artículo 1.1 reconoce a los animales vertebrados - tanto domésticos y silvestres - como seres "sensibles" que "merecen gozar de buen trato por parte del ser humano y vivir en armonía con su medio ambiente".

La Ley impide que cuando estos animales estén en cautiverio padezcan maltratos "causados directa o indirectamente por el ser humano, que les ocasiona sufrimiento innecesario, lesión o muerte" y establece que toda persona tiene el deber legal frente a los animales de evitar "causarles daño, sufrimiento innecesario, maltrato de tipo físico que altere su normal comportamiento".

En particular, la Ley prohíbe - en su artículo 23 - "toda práctica que pueda atentar contra la protección y el bienestar de los animales de granja".

Cabe destacar que la Ley define el concepto de bienestar animal como el "conjunto de elementos que se refieren a la calidad de vida de los animales", incluyendo específicamente su "adaptación a los entornos brindados por el ser humano que les permita desarrollarse y mantener un comportamiento natural y un estado de plena salud física y mental".

En consecuencia, esta normativa, a pesar de ser genérica, incluye disposiciones específicas para evitar el maltrato de animales de granja - como son las gallinas - y, en contraposición, asegurar su bienestar, que supone -necesariamente- tenerlas en condiciones que, a pesar de su cautiverio, puedan mantener un "comportamiento natural" según su especie y así preservar un estado pleno de salud, tanto físico como mental.

A partir de esta legislación de protección de los animales, se consolida como interés público, difuso y legítimo por parte de la sociedad el bienestar animal. Por ello, corresponde actualizar la normativa orientada a la protección del consumidor -como agente esencial de la sociedad- en lo relativo a esta materia del bienestar animal, tal como ya se ha hecho en muchos otros países, visibilizando el bienestar animal y permitiendo que el consumidor se pueda informar de manera clara y precisa sobre lo que consume. En consecuencia, esta iniciativa legal se erige como justa, transparente y eficiente.



3) Recomendaciones

Felicitemos la iniciativa llevada a cabo por ambas organizaciones considerando indispensable contar con esta información, actualmente inexistente, en las etiquetas. Siendo el derecho del consumidor un derecho social fundamental y pilar constitucional.

El etiquetado propuesto resulta práctico y concreto lo cual facilita la comprensión del consumidor, pero, como en todos los casos, deberá ir acompañado de educación para que el consumidor comprenda a qué refiere cada sistema, los daños y el nivel de explotación que cada uno de ellos acarrea, para poder elegir conforme a su ética.

Por otro lado, el proyecto fomenta la libre competencia entre productores permitiendo visibilizar el esfuerzo llevado a cabo por aquellos que invierten en bienestar animal.

Finalmente, el proyecto ha sido apoyado por el sector de Asociaciones de Consumidores, actores fundamentales de la sociedad de consumo. Lo cual pone de manifiesto que cumple con diversas demandas de la sociedad actual que afectan a los más vulnerables del sistema: consumidores y animales.

Recomendamos entonces, que su aprobación no sólo es una necesidad social sino también un acto de justicia en pos del bienestar animal, la libertad de elección, la competencia justa y leal y sobre todo, la información clara y veraz que todo consumidor tiene derecho a recibir.

Atentamente,

18 de abril de 2024.

**Diretora Jurídica y de Compliance
SINERGIA ANIMAL INTERNACIONAL**